

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

ESCUELA DE POSGRADO

**SECCION DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**



**CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS
USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTA,
2020.**

**Tesis para obtener el grado académico de Maestro en Gestión
Pública**

Autor – Código ORCID:

Esquivel Barboza, Oscar Antonio - ORCID: 0000-0003-1530-4289

Asesor – Código ORCID

Gonzales Chávez, Carlos Manuel-ORCID: 0000-0003-4279-7145

CHIMBOTE– PERU

2021

Índice

	Página
Índice general	i
Palabras clave	ii
Constancia de originalidad	iii
Título	iv
Resumen	v
Abstract	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. Metodología	18
2.1. Tipo y diseño de investigación	18
2.2. Población y muestra	19
2.3. Técnica e instrumentos de investigación	21
III. Resultados	22
IV. Análisis y discusión	30
V. Conclusiones	33
VI. Recomendaciones	34
VII. Agradecimientos	35
VIII. Referencias bibliográficas	36
Anexos y apéndices	42
Anexo 01: Matriz de consistencia	42
Anexo 02: Prueba de confiabilidad de la variable: Calidad de servicio	43
Anexo 03: Encuesta	47
Anexo 04: Juicio de expertos	51
Anexo 05: Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios	62

1. Palabras clave:

Tema	Calidad del Servicio y Satisfacción de usuarios
Especialidad	Gestión Pública

Key Word

Theme	Service Quality and User Satisfaction
Speciality	Public administration

Línea de investigación:

Línea de Investigación: Marketing.

Disciplina: Negocios y Management.

Sub Área: Economía y Negocios.

Área: Ciencias Sociales.



USP
UNIVERSIDAD SAN PEDRO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado **“Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Santa, 2020”** del (a) estudiante: **Oscar Esquivel Barboza**, identificado(a) con **Código N° 0199713050**, se ha verificado un porcentaje de similitud del **19%**, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 18 de Noviembre de 2022


UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
Dr. CARLOS URBINA SANJINES
VICERRECTOR



NOTA:

Este documento carece de valor si no tiene adjunta el reporte del Software TURNITIN.

2. Título:

Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de santa, 2020.

Title:

Service quality and user satisfaction in the district municipality of Santa, 2020.

3. Resumen:

El presente informe de investigación tuvo como propósito describir las variables calidad del servicio y satisfacción del usuario en relación al Municipio de Santa 2021, el cual tuvo como propósito general describir la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el municipio. Santa, 2021. Este estudio está diseñado como un estudio correlacional con un diseño no experimental: transversal. La población está compuesta por 2021 usuarios del municipio de Santa, que visitan el municipio todos los días para solicitar servicios, en promedio 150 personas para obtener información, se utilizó un cuestionario escala Likert y un software. Para el procesamiento de datos se utilizó SPSS versión 25. El dispositivo fue validado por dos médicos y el jefe del departamento administrativo. La confiabilidad del instrumento muestra un coeficiente alfa de Cronbach de 0,738, lo que indica un valor adecuado para medir las variables en estudio. De acuerdo a los resultados obtenidos, la calidad del ambiente físico se relaciona con la satisfacción del usuario con una correlación de 0.915, la calidad de interacción con una correlación de 0.848 y la calidad del resultado con una correlación de 0.930; Se encontró que la calidad del servicio está relacionada con la satisfacción del usuario con una correlación de 0,960, lo que indica una correlación muy alta. El objetivo es que el alcalde y los funcionarios de la ciudad sepan que el factor más valioso y la razón de ser del municipio es la satisfacción de las necesidades de los usuarios, lo cual está directamente relacionado con la calidad del servicio que forma parte de la actividad principal de la Municipalidad, por lo que se recomienda fortalecer estas dos variables en la forma decidida en esta tesis.

4. Abstract.

The purpose of this research report was to describe the association between the variables quality of service and user satisfaction in the District Municipality of Santa, 2021, for which the general objective was to describe the relationship between quality of service and user satisfaction in the District Municipality of Santa, 2021. This study was developed as an applied research of correlational level, non-experimental design: transectional. The population consisted of the users of the District Municipality of Santa, 2021, who come daily to request services in the municipality, an average of 150, to obtain the data, a questionnaire with a Likert scale was used and the software used for data processing was SPSS version 25. The reliability of the instrument indicates a Cronbach's alpha coefficient of 0.738, which indicates a sufficient value to measure the study variables. According to the results obtained, the quality of the physical environment is related to user satisfaction with a correlation of .915, the quality of interaction with .848 and the quality of the result with a correlation of .930; establishing that the quality of service has a relationship with user satisfaction with a correlation of .960 indicating a very high correlation. It is intended that the mayor and officials of the district municipality, know that the most valuable factor and the *raison d'être* of the municipality is the satisfaction of the user's need is directly related to the quality of service, this being the core activity of the municipality, so it is recommended that they strengthen the two variables as concluded in this thesis.

I. Introducción

Los principales desafíos que suelen enfrentar las empresas que se dedican al rubro de servicios actualmente es brindar servicios que sean calidad. La asistencia de un servicio de calidad es el principal atributo que promueve el posicionamiento y la reputación de las organizaciones ante la perspectiva del cliente. Sabemos que que brindar un servicio de alta calidad tiene un impacto positivo en el rendimiento de las propias organizaciones. En efecto, existe un creciente cuerpo de evidencia empírica que indica que la prestación de servicios de alta calidad mejora la rentabilidad, mejora la productividad, difunde la boca a boca positivo, aumenta participación de mercado y retorno de la inversión, y reduce los costos (Sachdev & Verma, 2019).

Olorunniwo et al. (2018) diversas organizaciones que pertenecen al rubro de servicios públicos, específicamente su funcionamiento es a nivel de gobierno local, sin embargo, no evitan las exigencias de mejora de la calidad del servicio por parte del público de amanaera constante. Un claro ejemplo, son las autoridades municipales, quienes continuamente enfrentan tareas desalentadoras a diferencias del sector privado en el intento de ofrecen un servicio de excelencia y así lograr la satisfacción ante los deseos de los ciudadanos. Una extensa variedad de influencias está generando concientización ante las cuestiones de calidad y del manejo de la gestión de la calidad. Algunas de estas influencias nacen del deseo de las autoridades de la localidad por mejorar la imagen pública mejorando así la calidad de la prestación de los servicios a la comunidad, de esta manera no es “impuesto” ni “forzado”, debido a que es la iniciativa pública o a través de la conciencia de los ciudadanos ante sus derechos.

La calidad es un factor fundamental para la transformación de los servicios municipales y un motor crítico fuerza para una mejor satisfacción ciudadana (Rodríguez et.al 2019).

Wan Yusof et al. (2018) un sistema de prestación eficiente y eficaz se convierte en el foco principal del gobierno de muchos países debido a la insistencia y esperanzas de la sociedad en que las autoridades locales presten sus servicios hasta el estándar de calidad esperado por los contribuyentes. Sin embargo, brindar servicios públicos productivos y de alta calidad no es fácil. Esto requiere generar empresas con el enfoque correcto, crear métodos claros para brindar servicios sustentables y encontrar a las personas idóneas para lograr satisfacer las necesidades de los ciudadanos del distrito de Santa. También requiere un buen desarrollo de políticas, una implementación exitosa, una buena comprensión de las necesidades y deseos de los ciudadanos, los recursos y la tecnología adecuados, una cultura organizacional receptiva y personal bien capacitado. Al mismo tiempo, los municipios deben equilibrar los ingresos que recibieron con el alto costo de proporcionar servicios más eficientes que demanda el ciudadano. Comprender exactamente lo que espera el ciudadano es el paso más importante para definir y entregando un servicio de calidad. Obtener comentarios de los ciudadanos proporciona información valiosa sobre qué tan bien la autoridad municipal satisface las necesidades de sus clientes.

Dicha información se puede aplicar en la calidad de programas de mejora para apoyar de esta manera a los concejales de la municipalidad a identificar alternativas de mejora de los servicios y creación de experiencias positivas por parte de los ciudadanos. A través de las valoraciones cuantitativas acerca de la calidad del servicio se pueden reconocer las necesidades insatisfechas de los ciudadanos acerca de los servicios municipales y de los concejales. De igual manera, considerar las evaluaciones de calidad de servicio y ser aplicadas como una herramienta estratégica para la promoción de los servicios municipales. Este trabajo representa una investigación preliminar de la calidad del servicio municipal y su Influencia en la satisfacción ciudadana. En particular, el estudio intentó: (1) examinar la existencia de factores latentes hipotetizados como dimensión de la calidad del servicio en el contexto de servicios municipales proporcionados por el gobierno local; e (2) identificar el

servicio más importante dimensiones de calidad que determinan la satisfacción ciudadana. También Khok Pho, ubicado en Pattani La provincia del sur de Tailandia, fue seleccionada intencionalmente como el sitio de este estudio.

Mhlongo, et al. (2016) El propósito de este estudio es evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente antes de que el municipio implemente la dimensión de calidad del servicio. Agua y Unidad de Saneamiento. En el principal tema del estudio predomina el hecho que “ “ Municipio: Agua y Saneamiento (“la Unidad”) los centros de atención sin cita previa se encuentran aglomerados de clientes que requieren servicio por diferentes motivos ya sean facturas elevadas, nuevas aplicaciones, cortes del servicio de luz o agua, rotura de tuberías o servicios similares. Por ello, la investigación tiene un enfoque cuantitativo, estructurado a manera de encuesta – cuestionario para recolectar datos. El investigador pudo recopilar información de cuatro de los ocho centros de servicio sin cita y obtuvo 211 resultados. El enfoque del estudio fue evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente dentro de los cuatro centros de servicio sin cita previa seleccionados para el estudio. El estudio también se centró en identificar los determinantes / dimensiones de la calidad del servicio en los que se destaca la Unidad, y que unos necesitarían mejorar. También era imperativo evaluar los efectos de calidad del servicio en la satisfacción de los clientes y, finalmente, examinar la eficacia de comunicación sobre estrategias de ahorro de agua. La investigadora y su asistente recopiló los datos y luego el investigador dedicó un día completo a cada uno de los cuatro centros en los que comenzó a recopilar datos desde el momento en que abrió la oficina hasta que puertas cerradas. Los resultados de los datos recopilados se analizaron mediante el estadístico SPSS. herramienta.

Los resultados indicaron que la mayoría de los clientes del servicio cumplieron sus expectativas en cada una de las cinco dimensiones de la calidad del servicio; fueron las siguientes (tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) se logró identificar que el 50%

de los encuestados se encontraban satisfechos con la calidad del servicio que estaban recibiendo por parte de la unidad municipal. Sin embargo, se recomendaría la mejora en algunas áreas de la unidad de servicio, dimensiones de calidad que se presentaban en la investigación. El estudio ha destacado factores que a la larga pueden contribuir a la aglomeración en los centros de servicios sin cita. El estudio también ha destacado el centro sin cita previa que ha recibido la calidad de servicio más baja y el puntaje de satisfacción del cliente. Generalmente se han presentado calificaciones de calidad del servicio y satisfacción del cliente y recomendaciones hechas al municipio para mantener buenas calificaciones.

Tanto en el sector público como en el privado, la calidad del servicio percibida por los destinatarios es un factor crítico. Mosahab y col. (2020) lo llama el arma de rivalidad más intensa y lo llama la sangre natural de la organización. La calidad es un fenómeno multidimensional.

Según Naidoo y Mutinta (2019), las organizaciones deben poner mucho énfasis en la calidad del servicio, ya que posiblemente puede hacer o deshacer una organización. Tiene el potencial para crear una impresión negativa de la organización. Mejor calidad de servicio hace una imagen organizacional positiva y un buen nombre para los municipios. En la calidad del sector privado ha sido fundamental para que obtengan beneficios a largo plazo y mantengan a sus clientes para realizar compras repetidas y recomendar nuevos clientes (Naidoo y Mutinta, 2019).

La calidad del servicio de los municipios ha propiciado la satisfacción del cliente y mayor cooperación en términos de pago de servicios municipales, tarifas y servicios. Esta investigación se centró en el sector público, ya que los municipios están bajo el dominio de entidades públicas.

Rocca (2016) satisfacción del usuario en el sector público. Investigación del departamento de obra privada del municipio de Berisso. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Este trabajo se caracterizó por ser exploratorio, cuantitativo y una muestra de 249 usuarios. Se obtuvo información para medir la satisfacción de los usuarios con preguntas estandarizadas del modelo SERVQUAL. Se encontró que la capacidad de respuesta es la dimensión más relevante para los usuarios, seguida de la confiabilidad, la seguridad y la empatía en el cuarto lugar, siendo los tangibles los menos importantes. Estaba en algún lugar entre "satisfecho" y "algo insatisfecho".

Satisfacción del cliente en el sector público. Un estudio presentado en la tesis de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina, en el Departamento de Obras Especiales del municipio de Berisso, señaló que el estudio se caracterizó por un diseño exploratorio y cuantitativo con una muestra de 29 encuestados. Éxito en la obtención de información con Preguntas

Mego (2021), Propuesta de Sistema de Gestión de la Calidad para la Mejora del Servicio en Lambayeque, Provincia de Chiclayo, 2011 (PhD). Universidad Nacional de Trujillo. Este trabajo fue de tipo aplicado y práctico con diseño descriptivo y sistemático. Para saber qué opinan sobre el servicio que se brinda al usuario se utilizó la técnica de la encuesta, con una muestra de 270 usuarios, de los cuales 190 respondieron a la población en general y 80 a los prestadores del servicio. Finalmente, se puede afirmar que el personal de servicio 5 evaluó la calidad del servicio ofrecido, el cual se encontraba en un nivel estándar, dentro de los límites de las deficiencias reportadas, se especificaron los siguientes servicios: Administración de la propiedad, financiación del desarrollo. , economía local, etc.). Por otro lado, los socios que trabajan en el municipio evaluaron el servicio como cuestionable (regular), por lo que resultó que la administración era insuficiente y la administración ineficaz. Al implementar la propuesta del Enfoque de Calidad Total, se pueden

realizar mejoras significativas para lograr un servicio de buena calidad en esta área.

Laura & Misad (2019). Propuesta de Sistema de Gestión de la Calidad para la Mejora del Servicio en Lambayeque, Provincia de Chiclayo (PhD). Universidad Nacional de Trujillo. Este trabajo es aplicado y práctico, con un diseño descriptivo y sistemático. Para conocer sus percepciones sobre los servicios prestados a los usuarios, utilizamos métodos de encuesta para encuestar a una muestra de 270 usuarios, de los cuales 190 correspondían al público en general y 80 a proveedores de servicios. Finalmente, es claro que el Administrador 5 ha evaluado la calidad de los servicios prestados y se encuentra en un nivel estándar, los siguientes servicios se enumeran en el rango de deficiencias reportadas: Administración de la propiedad, Financiamiento del desarrollo, economía local, etc.). Por otro lado, el socio que trabaja en el municipio evaluó el desempeño como problemático (normal) y resultó que la gestión fue insuficiente y la gestión ineficaz. Al implementar la propuesta de un enfoque de calidad total, se pueden realizar mejoras significativas para lograr un servicio de calidad en esta área.

Chung et al. (2017) los principales factores para mejorar la calidad del servicio al cliente en los municipios de la región Lima capital (tesis universitaria). Universidad de Ciencias Aplicadas del Perú (UPC), Lima. Como método cualitativo, realizan una investigación exploratoria utilizando entrevistas a expertos, grupos focales y entrevistas en profundidad. Se concluyó que para mejorar la calidad de los servicios en la ciudad de Lima capital es necesario aplicar los servicios teniendo en cuenta los factores relacionados con la contratación de personal calificado, la reducción de trámites burocráticos y la segmentación de los usuarios. Desarrolle una estrategia para cada segmento y aumente los usuarios en función de la satisfacción.

Canela (2017) Opiniones de los usuarios participantes en la oficina de prenormalización Ica 2013 (Maestría) sobre la calidad de los servicios. Calle del estado de Gonzaga. Luis. Se realizó una encuesta descriptiva de corte transversal con una muestra de 120 usuarios participantes de la Oficina de Normalización Previsional de Ica. Usando el modelo SERVQUAL avanzado como herramienta, 91,5 usuarios se mostraron satisfechos con la confiabilidad, y el 63,3% de los empleados fue el mismo Corazón, el 59% atención, el 52,8% tangible, el 50,7% seguridad y el 33,33% capacidad de respuesta. Con base en estos resultados, se puede concluir que la calidad del servicio global está mejorando; su fiabilidad y empatía son aceptables, su seguridad y aspectos específicos del proceso de mejora. Mejorar el sentido de responsabilidad de la dimensión.

Álvarez (2017) Dice que la calidad del servicio es baja y la satisfacción del usuario es alta, y otros factores crean altos niveles de servicio.

Zago (2017) dice que brindar un buen servicio es importante porque permite que la industria genere más ingresos al atender a clientes adultos, hombres y profesionales, y reduce las brechas en la industria.

Tirado (2019) dice que lo más importante es un plan estratégico, recursos humanos adecuados, tecnología adecuada que permita a los gerentes y todos los empleados de la empresa operar de manera efectiva.

Gutiérrez (2018) concluye que similar labor es la experiencia de realizar una entrevista, tal como se indica en la información obtenida.

Para la fundamentación científica, se ha revisado abundante información, la misma que se presenta según las variables de estudio.

Calidad del servicio; numerosos investigadores han definido la calidad del servicio de diferentes formas. Howanitz y Steindel (2017) sostiene que la calidad del servicio es la capacidad del proveedor de servicios para satisfacer los deseos y necesidades del destinatario del servicio.

Parasuraman (2018) consideran la calidad del servicio como la discrepancia entre el servicio esperado y el recibido.

Dabbish (2017) de la calidad del servicio es como Parasuraman et. al, también se refiere a la calidad del servicio como un error entre el servicio recibido y servicio experimentado.

La calidad del servicio se refiere al grado en que vistas supera los deseos del cliente (Kotler & Keller, 2019). La calidad del servicio, por tanto, se basa en el servicio que el cliente o cliente tiene experiencia vs lo que esperan.

Hoffman y Batenson, citado por Jacques et al. (2019) definida como una evaluación basada en resultados que incide de manera positiva o negativa en la satisfacción del cliente, se refleja en la intención de compra, que puede ser a corto, mediano o largo plazo.

Summers (2016) Se dice que la comparación entre la experiencia y el servicio prestado por la empresa, ya sea tangible o intangible, crea un mercado competitivo determinado por la calidad del servicio. Vargas y Aldana (2019) definen el comportamiento y la influencia que sirven o patrocinan a las instituciones públicas y otros.

Gutiérrez (2018) explica que la gestión de la calidad se implementa para garantizar la calidad del producto o servicio que la empresa brinda a la sociedad. Mora (2018) explica que una adecuada función logística identifica y prioriza todas las funciones de acuerdo a las necesidades del cliente, donde se deben determinar los requerimientos operativos básicos de acuerdo a las dimensiones de cada criterio.

Ballou (2019) explicando que el éxito de la calidad del servicio depende de cómo se realicen los servicios logísticos, cuyos estándares de desempeño se deben medir, de los cuales tenemos la cantidad de productos, en el lugar y tiempo correcto, al precio correcto, debe la empresa. negar las denuncias.

Lovelock (2019) menciona una perspectiva procesal simple en cuestiones más complejas como el transporte, los vuelos, etc. Este proceso está relacionado con un esquema bien conocido, como es el buen servicio, y lo más importante es brindar un producto de calidad.

Vargas y Aldana (2019) explica que la calidad del servicio se refiere a los recursos humanos y materiales que deben estar a disposición de los clientes, por lo que el proceso, procedimiento o satisfacción debe estar suficientemente definido como factor diferenciador.

Comunicación e información; Chiavenato (2016) menciona que a través de la comunicación se da la transmisión de hechos, ideas, mensajes, opiniones ya sean entre dos o más personas dentro de una organización.

Robbins y Coulter (2018) Mencionaron que para que la comunicación sea exitosa, la comunicación de significado y comprensión debe ser inteligible. Monferrer (2018) explica que la información obtenida a través de la comunicación debe estar en un lenguaje que los clientes puedan entender para que recuerden la existencia del producto, especialmente sus ventajas relativas frente a los productos de la competencia. Rodríguez (2016) menciona que una buena comunicación es clara, concisa, objetiva y sobre todo rápida, porque el emisor debe hablar con el receptor de lo que sabe y no puede especular. mejora continua. Gutiérrez (2018) explica que la secuenciación en la gestión, el proceso de identificación de restricciones, se conoce como mejora continua, lo que permite la introducción de nuevas ideas y una mejor gestión del desempeño. Kotler y Armstrong (2008) explican que los vendedores deben seguir las etapas correctas: generación de leads, contacto previo a la presentación, cierre y seguimiento.

Percepción; Kotler y Keller (2006) revela que las personas deben seleccionar, organizar e interpretar para crear la mejor imagen posible del mundo y darse cuenta de que la percepción es el determinante más importante del comportamiento del consumidor en el marketing.

Innovación y tecnológica; Porter, citado por Ahmed et al. (2017) Lo revelan a nivel individual o corporativo y las innovaciones tanto a nivel nacional o regional.

Calidad interna del servicio; Gutiérrez (2018) explicar que la gestión es importante para que las actividades se dirijan a la meta de la organización, lo cual es necesario para mantener un ambiente adecuado que permita el logro de sus metas y objetivos planificados.

Capacitación de personal; Gutiérrez (2018) explica que la calidad del servicio debe basarse en la orientación al cliente y la mejora continua, lo que requiere comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer esas necesidades y luchar por la satisfacción del cliente.

Luna (2017) Explica que los consumidores deben elegirse correctamente, los consumidores deben ser conocidos, evaluados después de la experiencia, lo que determina la preferencia por parte del consumidor.

Experiencia del cliente; Luna (2017) explica que las emociones de los clientes están relacionadas con sus experiencias, surge desde el momento de la interacción con la organización, que puede ser corta, larga y compleja.

Administración de las quejas.

Valor en los servicios; Lovelock (2019) menciona que la mejora continua es un factor importante para aumentar el valor en el servicio, lo cual va a determinar la preferencia del consumidor en base a su satisfacción, debido a que mejorar las operaciones y la productividad de la organización.

Closs y Cooper (2007) explica que la logística tiene un papel importante porque permite generar la demanda suficiente de los clientes, de igual manera la eficiencia en costos, se da este enfoque porque para los gerentes lo más importante es el servicio que se le brinda al cliente.

Vargas y Aldana (2019) Se define como un conjunto de hechos o periodos de trabajo, en un tiempo o lugar determinado, se debe a los recursos humanos y materiales que se entregan a los clientes, tanto en forma individual como

grupales, estas operaciones posibilitan la satisfacción de factores que proporcionan cualidades que permiten la diferenciación.

Comportamiento de la queja del cliente; Lovelock (2019) Explique que cuando un cliente está insatisfecho, cambia su comportamiento, como esto sucede cuando el producto está defectuoso, hoy en día es un fenómeno que las personas no se quejan porque sienten que su problema no se ha solucionado, y peor aún, el gerente ganó. no lo hagas seguros de que están resolviendo los problemas del cliente.

Impacto en la lealtad de los clientes; Lovelock (2019) nos dice que la insatisfacción está relacionada con una reducción en la preferencia del cliente, esta pérdida perjudica a la empresa, por lo que se debe rediseñar el servicio, se deben considerar los ambientes especiales y problemas que puede interferir en el cumplimiento de las necesidades de los clientes.

Garantía de servicio; Lovelock (2019) Explica la importancia de la satisfacción del cliente, promete que los clientes serán reembolsados o cobrados si el producto es de mala calidad, y que las garantías de servicio son un medio efectivo de promoción y satisfacción general del cliente.

Explica la importancia de garantizar la satisfacción de sus necesidades a los clientes, con la promesa de ser reembolsado en caso el producto no cumpla con sus expectativas ni con la calidad correspondiente, ya que, la garantía es una herramienta fundamental en el establecimiento de la relación con el cliente y la promoción.

Confiabilidad del servicio; Bowersox, et al. (2017) comenta acerca de la actividad logística y su funcionamiento en la empresa para ello, cumplimiento de sus actividades relacionadas con el pedido de los clientes, ante ello, se debe tener en cuenta la disponibilidad y el desempeño de las actividades operacionales, estos aspectos son importante al momento de evaluar las acciones.

Diferencias en la calidad; Lovelock (2019) explicó que lo más preocupante en este tema es la falta de comprensión de las expectativas del cliente y la importancia de brindar productos de calidad, la falta de conocimiento de gestión por la falta de comunicación, estándares y explicaciones. con el cliente. La percepción es realmente transmitida.

Ciclo de pedido; Mora (2018) explica que es una determinante la excelencia del producto, debido a que se mide por el tiempo de respuesta en las diferentes áreas de la organización, lo que incide en la entrega oportuna del producto al cliente.

Variabilidad; Ballou (2019) Explica las variables de desempeño que generan satisfacción o incomodidad en el inventario, cierta incertidumbre en el inventario, además de los costos de transporte que afectan la utilidad en caso de pérdida financiera, esta variable no se puede controlar, pero se puede reducir el riesgo de incertidumbre.

Función de pérdida; Ballou (2019) explica que la calidad de un producto se puede juzgar en función de la conformidad y las especificaciones ofrecidas, por el tiempo de entrega en la fecha de indicada, las tasas de precisión, la calidad de los servicios son aspectos similares por ello, la producción de muchos productos.

Situación de información; Ballou (2019) explica que el servicio al cliente no puede ser gestionado al nivel deseado por el cliente, por lo tanto, es importante el uso correcto de los datos, para lo cual los datos deben ser utilizados en el tiempo deseado del cliente desde la llegada del producto hasta la llegada del producto. envío final

Larrea (2021) nos dice que la calidad del servicio se mide por el nivel de satisfacción que se le brinda al cliente, ya sea el usuario principal o final.

Denton (2019) Mencionar cómo se comportan los clientes con un producto describe la calidad del producto y, por lo tanto, debe medirse frente a la satisfacción del cliente con el producto o servicio.

Vargas y Aldana (2019) mencionan que la calidad del servicio se mide por el valor de utilidad que se obtiene al adquirir el producto y las capacidades que éste brinda, y se logra a través de la comunicación cliente-proveedor.

Vera (2017) menciona que una empresa que logra calidad en sus productos le otorga a su organización una ventaja competitiva frente a otras empresas donde la filosofía de la empresa debe enfocarse en la satisfacción del cliente.

Expectativas de los consumidores; Stanton, Etzel y Walker citado por Hermosilla (2017) mencionan que el consumidor ve el servicio en el momento de la compra con su propia experiencia, de la que saca conclusiones y mide el nivel de satisfacción, debido a que las empresas se esfuerzan por satisfacer las necesidades del cliente y crear valor añadido a su producto.

Hermosilla (2017) señala que los factores intangibles, heterogéneos, perecederos y no perecederos son valorados por los clientes porque son las características típicas de un producto que pueden lograr su aceptación o rechazo por parte del consumidor.

Satisfacción del Usuario; Besterfield (2019) Explica que para lograr la mejora de procesos y productos de alta calidad es necesario pensar en la satisfacción del cliente, la mejora continua, por lo que los directivos de la empresa deben interiorizar la mejora como proceso y ser eficientes, con capacidad de cambio y aprovechamiento óptimo de los recursos.

Auditoria de calidad; Besterfield (2019) Se explicó que el mecanismo que permite mejorar los procesos y obtener una producción de alta calidad son las auditorías de calidad, que permiten obtener una producción en condiciones óptimas y con alta calidad, y los resultados de las auditorías se utilizan para lograr el desarrollo de la eficiencia y la eficacia. . La evaluación del desempeño

del producto puede identificar, abordar y capitalizar problemas y oportunidades.

Atención al cliente; Kotler (2016) explica que los clientes son cada vez más exigentes y esto dificulta satisfacer las necesidades de las empresas, ahora debido a la competencia, los clientes tienen la oportunidad de enfocarse en el precio, donde el éxito es el cumplimiento de sus necesidades y la creación de una experiencia positiva.

Justificación de la investigación; la investigación a realizar tiene un aporte científico, ya que se obtiene conocimiento sobre la relación de las variables estudiadas con el método científico, lo que puede conducir a soluciones al problema investigado, esto se refleja en los resultados, discusiones y recomendaciones, las cuales incluyen una comprensión de Papá Noel Conocimiento científico sobre la calidad del servicio que brindan los empleados distritales y municipales, que analiza la actitud hacia los usuarios, si el personal es adecuado, honesto, si está capacitado, si prepara documentos en tiempo y forma y proporciona información según sea necesario. El estudio es un aporte científico porque permitirá a trabajadores y funcionarios considerar la relación entre estas dos variables. Proporciona resultados importantes para sugerir cambios en el servicio al usuario.

La investigación también tiene justificación práctica; comprobar la satisfacción del usuario, comprobar si sus necesidades están cubiertas, si la atención es la adecuada y si su percepción es positiva. Estos rangos, tal como se refleja en este estudio, están formulados de acuerdo a estándares profesionales y técnicos sustentados en una bibliografía que será de gran ayuda para los funcionarios de esta dependencia.

En cuanto a la justificación metodológica; para lograr los objetivos del estudio, se acude al empleo de técnicas de investigación como la encuesta y su procesamiento en la aplicación Excel, para saber si los colaboradores y

usuarios están de acuerdo con la técnica de selección del personal y la calidad del servicio que brindan, proponiendo en este proyecto alternativas de solución para cada caso que se presenta; explicando los procedimientos que se tiene que seguir para aplicar una buena metodología; así mismo esto se verá reflejado en la capacidad del trabajador municipal para lo cual la investigación se apoyan en técnicas de investigación válidas en el medio.

Respecto a la justificación social; el informe tiene beneficios sociales y a través de los cambios propuestos, si el público sigue las recomendaciones, el servicio del personal a los usuarios mejorará en el corto plazo. Esto beneficia a los usuarios porque los empleados se comportan mejor cuando encuentran la mejor solución para sus necesidades. La imagen del municipio se beneficia de una percepción positiva de los usuarios, por otro lado, una actitud favorable hacia la comunidad, comunicación segura y capacidad de resolución de problemas, especialmente en lo que se refiere al pago de impuestos.

Respecto al problema de investigación; podemos indicar que actualmente, los municipios tienen una gran responsabilidad, porque los órganos de vigilancia del país candidato utilizan la demagogia para proponer ofrecimientos que para algunos son difíciles de cumplir y las promesas, si no se cumplen, provocan insatisfacción, malestar y rechazo por parte de los ciudadanos. Del mismo modo, se presentó el fenómeno entre la población acerca de los candidatos y la integración de su grupo de trabajo, constituido por profesionales, técnicos y algunos con poca preparación, y estas personas son seleccionadas para puestos clave en la gestión de la alcaldía, debido a que no les importa que su trabajo quede incompleto y considerados por los usuarios como servicios ineficaces.

Por lo tanto, en el 2020, es necesario realizar una encuesta clara y objetiva sobre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la municipalidad del distrito de Santa, que permita un diagnóstico realista de la calidad del servicio.

¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020?

Respecto a la conceptualización y operacionalización de las variables, se tiene la variable: Calidad del servicio y sus definiciones siguientes:

Definición conceptual: “A través de la calidad del servicio se puede identificar la diferencia existente entre las expectativas o deseos del consumidor y su percepción en base a su preferencia, tangibilidad, confiabilidad, empatía y capacidad de respuesta” (Berry et al, 2018).

Definición operacional: Calidad de servicio es el tipo de atención que brinda la municipalidad distrital de Santa a sus usuarios, lo cual se medirá a través de la tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, lo cual marcará diferencias con otras municipalidades.

Ahora, respecto a sus dimensiones, se tiene los elementos tangibles, que tiene como indicadores las instalaciones, la presentación y el producto final.

Fiabilidad, con su indicador expresado en la realización del servicio de manera inmediata.

Capacidad de respuesta, con sus indicadores expresados en la rapidez, eficiencia y disposición en atender, asimismo, colaboradores que transmiten confianza.

Seguridad, con sus indicadores de seguridad interna, personal y material de trabajo.

Empatía, que tiene como indicadores la atención personalizada de los colaboradores, la preocupación por los intereses de los clientes y la comprensión por las necesidades de los clientes.

Asimismo, la investigación tiene como variable: Satisfacción del usuario, cuyas definiciones y dimensiones son las siguientes:

Definición conceptual: “A medida que el estado de ánimo de una persona es positivo o negativo se puede comparar el rendimiento que percibe el cliente de un producto o servicio con relación a sus necesidades” (Kotler, 2016).

Definición operacional: Satisfacción del cliente para esta investigación es el nivel de expectativas que obtiene al consumir al obtener el bien o servicio final, de acuerdo a ello regresará muchas veces si tiene mayor nivel de satisfacción.

Dimensiones; comunicación, con sus indicadores tipo de comunicación, amabilidad, comunicación post-servicio y tiempo de atención.

Precio, con los indicadores precio y servicio.

Transparencia, cuyos indicadores son experiencia de las atenciones y, opiniones de amistades y familiares.

Las expectativas, siendo sus indicadores confianza y claridad de información.

De otra parte, la investigación cuenta con las Hipótesis siguientes:

H1. Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020

Ho. No existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020.

Como parte de los objetivos de la investigación, se ha establecido el objetivo general:

Describir la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020.

Siendo los objetivos específicos:

Determinar el nivel de la calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Santa, 2020.

Determinar el nivel de satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020.

Establecer si las variables calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020, se asocian.

II. Metodología

2.1 Tipo y Diseño de investigación.

Tipo de investigación.

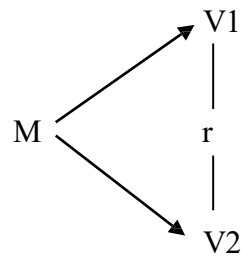
De acuerdo con el proceso, el estudio se realizó porque el objetivo del estudio fue obtener nueva información sobre la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el municipio de Santa, 2020, cuyos resultados permitieron desarrollar acciones para eliminar las deficiencias identificadas. De acuerdo al propósito de la investigación, el tipo de investigación fue relativamente descriptiva porque se evaluó cada variable, es decir, la calidad del servicio y también la satisfacción del usuario, y sobre todo conocer la relación entre estas dos variables. Es de tipo relacional porque queremos describir el comportamiento de una variable en relación a otra con la misma población de estudio, donde la correlación puede ser negativa o positiva (Hernández et al, 2014).

Diseño de investigación.

El diseño de investigación fue no experimental, correlacional, transversal simple dado que permitió detallar aquellos problemas que estaban afectando el contexto y en base a ello plantear alternativas de solución. El diseño planteado describe la relación entre dos o más variables en un determinado momento. (Hernández et al, 2014).

Contrastación

Para confirmar la hipótesis de investigación que se planteó anteriormente, se aplicó la variabilidad de calidad de servicio con respecto al nivel de satisfacción del cliente. Se presentó la investigación de manera descriptiva correlacional con un enfoque cualitativo. El diseño experimental de corte transversal:



Dónde:

M = muestra de estudio

V1 = Calidad de servicio

V2 = Satisfacción de los clientes

r = relación entre las variables

2.2 Población - Muestra

Población

La población estuvo conformada por usuarios del municipio del distrito de Santa, que visitan diariamente el municipio en busca de servicios, con un promedio de 150 usuarios. Hernández et al. (2014) establece “Al universo o población como el grupo total de casos que corresponden a especificaciones delimitadas por el investigador.” (p. 174).

Muestra

Se utilizó el muestreo probabilístico como método de muestreo aleatorio simple. Para obtener el tamaño de la muestra, se aplicó la siguiente fórmula de Cochran's:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

Dónde:

n : Es el tamaño de la muestra.

Z : Es el nivel de confianza: 1.96 (95% nivel de confianza).

N : Es el tamaño de la población seleccionada: Población muestral 500 unidades de análisis.

p : Es la probabilidad de éxito 50%

q : Es la probabilidad de no éxito: 50%.

d : Es el error muestral $(0.05)^2$

$$n = 150 \times (1.96)^2 \times 0,5 \times 0,5 = 109$$

$$(150 - 1) \times (0,052) + (1,962 \times 0,5 \times 0,5)$$

La Muestra reajustada

$$n = \frac{n}{1 + n / N}$$

Dónde:

n : Muestra Ajustada.

n : La muestra.

N : Es el tamaño de la población seleccionada

$$n = 109 = 63$$

$$1 + (109/150)$$

2.3 Técnicas e instrumentos de investigación

Técnica: Encuesta

La técnica utilizada fue el cuestionario, lo que nos permitió obtener información sobre la población de estudio.

Instrumento: Cuestionario

Se utilizó como herramienta de trabajo el cuestionario, el cual se elaboró a partir de un listado de preguntas estandarizadas y estructuradas para obtener información de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Santa.

Procesamiento y análisis de la información

Se utilizó el paquete de software estadístico SPSS para encuestar los puntos de los usuarios en el área de Santa Claus para evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario. Se utilizaron estadísticas descriptivas como medidas de tendencia central, dispersión y media; También se utilizaron estadísticas inferenciales como las pruebas de normalidad y las pruebas de chi-cuadrado para evaluar las relaciones entre las variables cualitativas. estándar de interpretación

Integrar la lógica de análisis resultante en la presentación de información escrita.

Una revisión crítica de los resultados en el sentido actual de acuerdo con los objetivos planteados del estudio. Analizar los resultados obtenidos sobre el nivel de desarrollo de las actividades de investigación científica, utilizando la interpretación de estudios teóricos y comparativos publicados.

III. Resultados

El objetivo del estudio fue determinar la relación entre las variables calidad del servicio y satisfacción del usuario en el distrito de Santa Claus en el año 2020; para ello, tras utilizar las herramientas adecuadas al efecto, se muestran los resultados agrupados por finalidad:

El primer objetivo: determinar si la dimensión calidad del ambiente físico está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el distrito de Santa Claus en el año 2020.

Tabla 4.

Cuadro resumen de resultados sobre la calidad del ambiente físico

DIMENSION/SUB DIMENSIÓN	PREGUNTAS	Calificación Promedio	Desv. Típica	Varianza	%			
					2	3	4	5
Calidad del Ambiente Físico	Diría que el entorno físico de la Municipalidad es uno de los mejores en su tipo	5,82	,787189	-	2,4	29,4	43,5	24,7
	Le otorgo un valor alto al ambiente físico de la Municipalidad.				2,4	29,4	43,5	24,7
Condiciones ambientales	En la Municipalidad, puedo confiar en que hay un buen ambiente			1,006	4,7	34,1	38,8	24,7
	El ambiente de la Municipalidad es lo que busco en una Municipalidad	5,78	,81550	,894	5,9	32,9	43,5	17,6
	La Municipalidad entiende que su atmósfera es importante para mí.			,677	5,9	30,6	40	23,5
Diseño	El diseño de este proveedor de servicios nunca deja de impresionarme			,648	3,5	27,1	44,7	24,7
	El diseño de la Municipalidad sirve para mis propósitos.	5,91	,74385	,589	2,4	30,6	48,2	18,8
Factores Sociales	La Municipalidad entiende que el diseño de su instalación es importante para mí.			,579	1,2	30,6	35,3	32,9
	Encuentro que los otros usuarios de la Municipalidad constantemente me dejan una buena impresión de su servicio.			,463	2,4	25,9	35,3	36,5

Los otros usuarios de la Municipalidad no afectan su capacidad de brindarme un buen servicio.	6,07	,81665	,404	1,2	28,2	35,3	35,3
La Municipalidad entiende que otros usuarios afectan mi percepción de este servicio.			,336	-	2,94	30,6	40

En cuanto a las condiciones ambientales, el 34,1% de los usuarios está parcialmente de acuerdo y en ocasiones el 4,7% no está de acuerdo, lo que muestra una falta de confianza en los municipios para brindar un buen ambiente con varios factores como el aire acondicionado, la iluminación y la música.

Sin embargo, el 27,1 % de los usuarios estuvo parcialmente de acuerdo y el 3,5 % no estuvo de acuerdo, y dijeron que el diseño de la placa no es tan impresionante para los usuarios, pero creen que es tradicional. Es importante destacar que el 25,9 % de los usuarios está parcialmente de acuerdo y el 2,4 % no está de acuerdo, lo que indica que los primeros usuarios del servicio quedaron impresionados. La información de las medidas de diseño tiene un efecto positivo y beneficioso sobre la calidad del entorno físico. Los resultados muestran que los usuarios perciben la planificación dentro y fuera del municipio como un factor importante.

Aunque los resultados mostraron que las puntuaciones de los factores sociales eran más altas en las respuestas positivas (la puntuación más alta estaba por encima del 70%). También asegura la eficiencia de la comunicación entre los mismos usuarios.

Para el segundo objetivo: Determinar si la dimensión calidad de interacción tiene relación con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020.

Tabla 5.

Cuadro resumen de resultados sobre la calidad de Interacción

DIMENSION/SUB DIMENSIÓN	PREGUNTAS	Calificación Promedio	Desv. Típica	Varianza	%			
					2	3	4	5
Calidad de Interacción	En general, diría que la calidad de mi interacción con los empleados de esta municipalidad es excelente	5,95	,80039	-	1,2	30,6	40	28,2
	Diría que la calidad de mi interacción con los empleados de la municipalidad es alta				2,4	29,4	38,8	29,4
Actitud	Puedo contar con que los empleados de la municipalidad sean amigables			7,287	3,5	29,4	41,2	25,9
	La actitud de los empleados de la municipalidad demuestra disposición para ayudarme			3,356	3,5	28,2	37,6	30,6
	Puedo contar con que los empleados de la municipalidad tomen medidas para satisfacer mis necesidades			2,863	3,5	28,2	37,6	30,6
Comportamiento	Los empleados de la municipalidad responden rápidamente a mis necesidades	5,90	,83859	2,648	9,4	28,2	38,8	23,5
	El comportamiento de los empleados me indica que entienden mis necesidades			1,840	3,5	28,2	34,1	34,1
	Puedo contar con que los empleados de la municipalidad conocen su trabajo			1,734	2,4	27,1	31,8	38,8
Experiencia	Los empleados de la municipalidad pueden responder a mis preguntas	5,97	,79883	1,340	3,5	28,2	43,5	24,7
	Los empleados entienden que confío en su conocimiento para satisfacer mis necesidades			1,233	2,4	29,4	38,8	29,4

En cuanto a los factores de la dimensión interacción, la municipalidad debe cuidar los factores que se relacionan con la actitud, comportamiento y experiencia de los empleados, para que estos pequeños errores sean inmediatamente corregidos. En esta dimensión se encontró que para atender a los usuarios con rapidez se necesita contar con el personal adecuado y al mismo tiempo brindar un “esfuerzo extra” para atender las

solicitudes especiales de los usuarios, lo que lleva a la satisfacción de los vecinos.

La actitud muestra un 3,5% de desacuerdo sobre la amabilidad de los empleados. El servicio de contacto de los municipios es alto debido a la comunicación constante entre el usuario y los empleados, por lo que deben mostrar una actitud amable y servicial. Sin embargo, la posibilidad de experiencias negativas es responsabilidad del personal del municipio para reducir estos efectos para satisfacer las necesidades de los usuarios.

Con respecto al 29,4% indican que los comensales están parcialmente de acuerdo y 2,4% en desacuerdo, lo que demuestra que la comunicación de los clientes con los empleados municipales es relativamente baja; es decir, hay un trato cordial, pero a su vez no son muy amables, lo que crea poca conexión entre ellos.

En cuanto al comportamiento, el 9,4% de los usuarios no está de acuerdo con la media de que los empleados responden rápidamente a sus necesidades. Finalmente, la experiencia del usuario del servicio prestado es la suma del comportamiento experimentado en el entorno, apoyado por las emociones del empleado. Como resultado, una mediana del 3,5% no estuvo de acuerdo.

Para el tercer objetivo: Determinar si la dimensión calidad de resultado tiene relación con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020.

Tabla 6.

Cuadro resumen de resultados sobre la calidad de Resultado

DIMENSION/SUB DIMENSIÓN	PREGUNTAS	Calificación Promedio	Desv. Típica	Varianza			
				2	3	4	5
Calidad del resultado	Siempre tengo una excelente experiencia cuando visito la Municipalidad.			2,4	29,4	41,1	27,1

	Me siento bien con lo que la Municipalidad ofrece a sus usuarios	5,98	,82341	-	2,4	29,4	31,8	36,5
	El tiempo de espera en la Municipalidad es predecible			,326	12,9	25,9	57,6	3,5
Tiempo de espera	La Municipalidad intenta mantener mi tiempo de espera al mínimo	5,58	,79912	,258	11,8	28,2	47,1	12,9
	Este proveedor de servicios entiende que el tiempo de espera es importante para mi			,238	12,9	28,2	44,7	14,1
	Estoy constantemente satisfecho con el servicio de la Municipalidad.			,173	3,5	21,2	40	35,3
Tangibles	Me gusta la Municipalidad, porque tiene los servicios que quiero.	6,11	,78267	,162	2,4	20	40	37,6
	La Municipalidad conoce el tipo de servicios que sus usuarios están buscando.			,119	1,2	17,6	47,1	34,1
	Cuando salgo de la Municipalidad, generalmente siento que tuve una buena experiencia.			,104	2,4	29,4	35,3	32,9
Direcciones de experiencia	Creo que la Municipalidad intenta darme una buena experiencia.	5,98	,82030	,098	2,4	25,9	41,2	30,6
	Creo que la Municipalidad conoce el tipo de experiencia que sus usuarios quieren.			,052	2,4	30,6	36,5	30,6

Cuando se trata de la calidad de los resultados, un promedio del 98% dijo que tuvo una buena experiencia. Está relacionado con la percepción de los usuarios al momento de recibir el servicio, y en respuesta a esto, evalúan positivamente al municipio. En promedio, los consumidores no están de acuerdo (13%) y creen que los tiempos de espera están por debajo del promedio pero son excelentes.

Cabe señalar que los servicios municipales se descubren en tiempo real y los clientes muchas veces esperan en el lugar, por lo que se advierte que los usuarios no cuentan con una asistencia oportuna, lo que genera molestias y disgustos. Se preocupan por el tiempo desde la solicitud de servicio hasta el resultado final. Por lo tanto, los municipios deben ser conscientes de ello, ya

que un número importante de usuarios perciben el servicio como desagradable y prestan atención rápidamente para hacerlo efectivo. Los usuarios valoran lo tangible (más del 50%), buscando ciertas características, tales como: la apariencia del municipio, decoración, equipamiento, personal, letreros y otros signos visibles que indiquen la calidad tangible de los servicios de la organización. Si se describe una característica de la experiencia básica del servicio Si el usuario está insatisfecho, puede solicitar una queja o carta de queja. Por lo tanto, las agencias de servicios deben manejar la evidencia física con cuidado, ya que afecta en gran medida la impresión del usuario.

En cuanto a la experiencia, hubo una división del 2,4 % a la mitad, lo que indica que algunos usuarios tuvieron una experiencia menos agradable.

Tabla 7.

Cuadro resumen de resultados sobre la calidad de servicio

VARIABLE	PREGUNTAS	Calificación promedio	Desv.Típica	Varianza	%			
					2	3	4	5
Calidad de Servicio	Diría que la Municipalidad ofrece un servicio superior.	5.98	,85373	-	2.4	29.3	35.3	32.9
	Creo que la Municipalidad ofrece un excelente servicio.				2.4	30.6	34.1	32.9

El análisis descriptivo de la calidad del servicio muestra que la opción más alta tiene un valor de 4 (en una escala Likert de 1 a 5), con un promedio de alrededor del 39%. Sin embargo, los valores 2, 3 y 5 son las siguientes posibilidades de puntuación; por lo tanto, las percepciones de la calidad del entorno físico, las interacciones, los resultados y la calidad del servicio se consideran por encima del promedio. El valor 1 está vacío, lo que indica que no se observó una respuesta negativa del municipio.

Tabla 8

Cuadro resumen de resultados sobre la satisfacción de los usuarios

VARIABLE	PREGUNTAS	Calificación promedio	Desv.Típica	Varianza	%				
					1	2	3	4	5
Satisfacción de los usuarios	Mi experiencia en la Municipalidad ha sido totalmente satisfactoria.	7.11	1,05102	-	2.4	29.4	32.9	21.2	14.2
	Todas mis expectativas han sido más que satisfechas por la Municipalidad.				4.7	28.2	35.3	23.5	8.2
	Mi experiencia en la municipalidad fue ideal.				2.4	29.4	31.8	25.9	10.6

De igual manera, la satisfacción del usuario indica que hay poca variación en las respuestas confirmadas por la desviación estándar. Algunos están algo satisfechos (25,9), lo que indica que el servicio no cubre del todo sus expectativas. En promedio, el 10,6% califica el servicio ofrecido por la comunidad como muy satisfactorio, lo que lleva a un nivel cómodo frente a sus expectativas.

Correlaciones

Dado que los datos de la investigación no tenían una distribución normal, se utilizó el método de Spearman, el cual arrojó el siguiente resultado:

Tabla 9

Correlaciones con Rho Spearman

Hipótesis	Enunciado	Sig.	Coefficiente de correlación	Condición	Apreciación
H2	La calidad del ambiente físico tiene relación con la satisfacción de los usuarios	,000	,915	Aceptada	Correlación muy alta
H3	La calidad de la interacción tiene relación con la satisfacción de los usuarios	,000	,848	Aceptada	Correlación alta
H4	La calidad de resultado tiene relación con la	,000	,930	Aceptada	Correlación

	satisfacción de los usuarios				muy alta
	La calidad de servicio tiene relación con				Correlación
H1	la satisfacción de los usuarios	,000	,960	Aceptada	muy alta

*Nota: **.* La correlación es significativa al nivel 0,00 (bilateral).

Para la primera medida específica, la correlación entre las dos variables es significativa. Esto demuestra que los usuarios consideran tanto los aspectos tangibles como los intangibles para cumplir con sus expectativas. Además, todas las organizaciones de servicios abordan aspectos tangibles e intangibles para implementar estrategias de mejora de la calidad que brinden valor diferenciado. Además, esta relación entre la calidad ambiental y la satisfacción del usuario viene determinada por el diseño, los colores y la iluminación. En cuanto a la segunda medida, la relación entre la calidad de la comunicación y la satisfacción del usuario, el porcentaje es de 0,848; para asegurar que, si existe una correlación significativa entre los dos, se puede concluir que los usuarios interactúan mucho con los empleados en Santa, significa que la frontera está abierta. De manera similar, para la tercera medida, la correlación entre la calidad de la salida y la satisfacción del usuario fue de 0,930, lo que indica una correlación aceptable. Esto indica una fuerte relación entre estas variables. El resultado es un proceso de evaluación continua relacionado con la satisfacción. Está relacionado con la percepción que tiene el usuario de la experiencia global de la calidad del servicio prestado. Finalmente, el objetivo general del estudio es comprender la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario. La correlación muestra un porcentaje de 0.960, indicando una relación altamente significativa entre las dos variables.

IV. Análisis y discusión

De acuerdo con los resultados obtenidos, se debe realizar una comparación con los antecedentes, de modo que sea posible demostrar el cumplimiento de Sachdev & Verma (2019), que muestra la importancia de la prestación de servicios de alta calidad. Proporcionar un servicio consistente y de alta calidad es quizás el factor más importante que ayuda a construir la credibilidad y la reputación de una organización en la comunidad. Esto es consistente con Olorunniwo et al. (2016) señalan que las organizaciones de servicios públicos, especialmente las que operan a nivel municipal, no son inmunes a la presión de mejorar continuamente la calidad de sus servicios. En comparación con el sector privado, los gobiernos locales se encuentran en una situación más difícil, tratando de brindar servicios de calidad y garantizar la satisfacción de los ciudadanos. Este acuerdo es apoyado por Rodríguez, Burgette, Vaughan y Edwards (2019), quienes argumentan que la calidad es un factor crítico en la transformación de los servicios municipales y un motor clave para mejorar la satisfacción de los ciudadanos. No estamos de acuerdo con Van Yusof et al. (2018) cuando señaló que brindar servicios públicos rentables y de alta calidad no es una tarea fácil. Esto significa construir organizaciones con el enfoque correcto, aclarar cómo se prestan los servicios y crear las personas adecuadas para responder a las necesidades de la población. Como todos sabemos, los gobiernos locales están formados por hechos políticos, no se puede combinar el concepto con la creación, por el contrario, se debe tratar de mejorar la capacidad de los trabajadores. Estamos de acuerdo con Mhlongo et al. (2016) muestran que los centros de atención ambulatoria están inundados de clientes que necesitan el servicio por una variedad de razones, que incluyen facturas de agua altas, nuevos usos, cortes de agua debido a tuberías rotas o servicios similares. Para ello, se podría realizar un estudio para determinar cómo establecer unos procedimientos o procesos consensuados que mejoren las experiencias que se le brinda al cliente al momento de hacer uso del servicio.

Tanto en el sector público como en el privado, la calidad del servicio percibida por los destinatarios es un factor crítico, frase con la que se coincide con Mosahab y col. (2020). Igualmente se coincide con Naidoo y Mutinta (2019), cuando indica que las organizaciones deben poner mucho énfasis en calidad del servicio, ya que posiblemente puede hacer o deshacer una organización, en el caso de las municipalidades, disminuye la percepción del buen manejo institucional. Mejor calidad de servicio hace una imagen organizacional positiva y un buen nombre para los municipios.

Esto está en línea con Rocca (2016), quien encontró que la capacidad de respuesta es la dimensión de usuario más importante, seguida de la confiabilidad, la seguridad y la empatía. También coincidimos con Mego (2021) en que pudo constatar que los empleados perciben el servicio como incompleto (rutinario) y sus resultados muestran que la gestión es deficiente y la gestión es ineficaz. Al implementar las recomendaciones del enfoque de calidad total, se pueden realizar mejoras significativas para lograr un servicio de calidad en esta área. En procedimientos estadísticos esto concuerda con Laura y Misadi (2019), quienes utilizaron la prueba estadística de Spearman en la prueba de hipótesis para determinar su relación. En la percepción de los ciudadanos, se encontró una relación muy significativa entre las preocupaciones por la ciudadanía y el desarrollo del proceso de determinación de la calidad de la actividad institucional, lo cual es consistente con los resultados de este estudio. Estamos de acuerdo con Chung et al. (2017) cuando indicaron que para mejorar la calidad de los servicios en los municipios de la región metropolitana de Lima es necesario considerar la contratación de personal calificado, la reducción de trámites burocráticos y la segmentación de los usuarios para que las estrategias de servicio se pueden implementar para cada segmento, mejorando la calidad de los servicios y la satisfacción de los usuarios: con personal calificado se pueden lograr mejores estándares de calidad y atención.

Hay acuerdo con los resultados de Canela (2017) cuando indica que el grado de fiabilidad, la empatía del personal, la atención recibida, aspectos tangibles, el grado de seguridad y la capacidad de respuesta son elementos muy importantes y que son cruciales para el resultado global de la calidad del servicio.

Finalmente, se coincide con Álvarez (2017), Zago (2017), Tirado (2019) y Gutiérrez (2018) cuando indican que es importante brindar un buen servicio y desarrollarlo a través del plan estratégico de recursos humanos.

V. Conclusiones

Se determinó la relación entre la variable calidad de servicio distrito Santa Claus 2020 y la variable satisfacción del usuario; los resultados mostraron una correlación muy alta con un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0,960.

Se determinó la relación entre la dimensión calidad del ambiente físico y la satisfacción del usuario en Ciudad Santuario 2020; los resultados mostraron una correlación muy alta con un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0,915.

Se determinó la relación entre la dimensión calidad de interacción y la satisfacción del usuario en el distrito de Santa en el año 2020; los resultados mostraron una alta correlación con un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0,848.

Se estableció una relación entre la calidad de la dimensión de resultado Santa 2020 y la satisfacción del usuario; los resultados mostraron una correlación muy alta con un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0,930.

VI. Recomendaciones

El municipio debe hacer hincapié en los tiempos de espera porque proporciona una calificación representativa frente a otros aspectos que se pueden mejorar. Para organizar mejor los procesos de atención al cliente y reducir el tiempo, se recomienda optimizar el tiempo a través de la automatización de procesos.

El colaborador debe involucrarse y comprometerse de tal manera que se identifique con la filosofía y visiones del municipio, porque esto promueve el logro de las metas. Las autoridades también implementan Empowerment en sus colaboradores, lo que les permite trabajar de forma independiente en sus actividades sin necesidad de presiones.

VII. Agradecimientos

A Dios por sobre todas las cosas, a mis Padres y Familia, que, con su apoyo y confianza en mí, han calado en mí el deseo de superación profesional y personal.

De mi consideración y sinceridad, un especial agradecimiento a la Escuela de Posgrado de la Universidad San Pedro, casa de estudios que durante el tiempo y maestría profesional que escogí, me brindó una excelente formación académica y gratas experiencias.

A todos los docentes de la carrera profesional de la mención en Gestión Pública de la facultad Ciencias Económicas, que con sus vastos conocimientos y experiencias laborales han sabido inculcar una buena metodología para el aprendizaje de sus alumnos, con su buen ejemplo han logrado la admiración, respeto y así emular sus trayectorias.

A mi asesor Dr. Lic. Carlos González Chávez, por su dedicación, colaboración y disponibilidad ilimitada en el apoyo del desarrollo de la presente investigación, contando en cada momento con él para absolver todas mis dudas y consultas; y como siempre agradecer a Dios todopoderoso por permitirme lograr y cumplir mis metas, y por estar siempre presente conmigo.

Esquivel Barboza, Oscar Antonio

VIII. Referencias bibliográficas

- Álvarez, V. (2017). Análisis del comportamiento del consumidor y el merchandising enfocado a analizar el modelo de decisión de compra de los productos de los 38 supermercados de Quito, *en tesis de grado para optar el título de ingeniera en marketing (pág. 225)*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Acuña Alanya, J., & Chavez Quijada, G. (2013). *Control interno en el área de abastecimiento de la Municipalidad distrital de San Agustín de Cajas*. Tesis optar Título, Universidad Nacional del Centro del Perú, Facultad de Contabilidad, Huancayo.
- Ahmed, P., Shepherd, C., Ramos, L. y Ramos, C. (2012) *Administración de la Innovación*. México.: Pearson Educación.
- Besterfield, D., (2019), “*Control de calidad*” 8° Edición, México.
- Bowersox, D. Closs, D. Cooper, M. (2007), *Administración y logística en la cadena de suministros*, Segunda Edición, México: Mc Graw- Hill.
- Ballou, R. (2019), *Logística administración de la cadena de suministro*, Quinta Edición, México: Pearson.
- Condo Moran, E. (2018). *El control interno en el proceso de ejecución presupuestal de la Municipalidad Distrital de Santa Rosa – MELGAR – PUNO, PERIODOS 2012 y 2013*. Universidad Nacional del Altiplano, FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS, Puno.
- Denton, K. (2021).” *Calidad en los Servicios a los Clientes*”. (1. Edición). España: Días de Santos.
- Emeterio Yanac, L. (2017). *El control interno en el área de presupuesto de la Municipalidad Provincial de Carhuaz*, 2017. Tesis Optar Título, universidad católica los ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Huaraz.

- Canela, J. (2017). *Percepción de la calidad de servicio de los usuarios atendidos en la oficina de normalización previsional de Ica, 2013* (Tesis de maestría). Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.
- Chiavenato, I. (2021) *Administración: Teoría, Proceso y Práctica*. (3a. ed.). Colombia.: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Chung, E., García, V., Rupailla, C., & Seminario, M. (2017). *Factores claves para mejorar la calidad del servicio al cliente en las municipalidades de Lima 64 Metropolitana* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima.
- Dabbish, L. & Kraut, R., (2017). *Controlling Interruptions: Awareness Displays and Social Motivation for Coordination*. Human-Computer Interaction Institute, 6(3), pp. 183-193.
- Gutiérrez, H. (2018) *Calidad y Productividad*. (3a. ed.). México.: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hermosilla, S. (2017).” *El Marketing Mix y la Calidad del Servicio en la Empresa de transporte Turismo Paramonga*”. Perú.
- Howanitz, P. J. & Steindel, S. J., 2014. *Changes in emergency department turnaround time performance from 2008-2012*. A comparison of two College of American Pathologists Q-probes studies. Arch Pathol Lab Med, Volume 121, pp. 1031–1041.
- Jacques, L., Cisneros, L. y Mejía, J., (2021) *Administración de Pymes*. México.: Pearson Educación.
- Kotler, P. Armstrong, G. (2018).” *Fundamentos del Marketing*”. (8. Edición). México: Pearson.
- Larrea, P. (1991).” *Calidad del Servicio del Marketing a la Estrategia*”.(1. Edición). España: Díaz Santos.
- Laura, C., & Misad, J. (2019). *El sistema de gestión de la calidad y atención a la ciudadanía en la Municipalidad de San Isidro – 2013* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo; Sede Lima.
- Lovelock, C. (2019), *Administración de servicios*, México: Pearson.

- Luna, M. (2017) *Marketing Estratégico*. Perú: Editorial Lunagraf.
- Mora, L. (2018), *Indicadores de la gestión logística*, Segunda Edición, Colombia: Ecoe.
- Majo Marrufo, A. (2017). *Control interno en las contrataciones públicas en una Municipalidad de Lima*, periodo 2017. Tesis para optar Maestro Publico, Universidad Cesar Vallejo, Escuela de Pos Grado, Lima.
- Mont, J. (2019, November). Sec fines software company for inadequate internal controls. *Compliance Week*, 11(130), 7. <https://link.gale.com/apps/doc/A398830736/PPBE?u=univcv&sid=PPBE&xid=d261b718>
- Montilla Galvis, O. D. J., Montes Salazar, C. A., & Mejía Soto, E. (2017). Análisis de la fundamentación del Modelo Estándar de Control Interno, MECI 1000:2005. *Estudios Gerenciales*, 23(104), 47+. <https://link.gale.com/apps/doc/A180592725/PPBE?u=univcv&sid=PPBE&xid=f8acfcf3>
- Monferrer, D. (2018) *Fundamentos del Marketing*. España.: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Murphy, M. (2020, January-February). *Hot topics for 2019 year-end audits: As auditors get ready for year-end audits, internal controls and new accounting standards are on their radar*. *Compliance Week*, 17(182), 28+. <https://link.gale.com/apps/doc/A613204052/PPBE?u=univcv&sid=PPBE&xid=3d989d41>
- Mego, O. (2021). *Propuesta de un sistema de gestión de calidad para la mejora del servicio en la municipalidad provincial de Chiclayo*, Lambayeque, 2011 (Tesis de doctorado). Universidad Nacional de Trujillo.
- Mhlongo, B. B., Nzimande, T. I. & Munapo, E., 2016. *Consumer Perceptions on Service Quality at EtheKwini Municipality within the Customer Service Centres*. *Journal of Social Science*, 47(1), pp. 78-89.

- Mosahab, R., Mahamad, O. & Ramayah, T., 2020. *Service quality, customer satisfaction and loyalty: A test of mediation*. International business research, 3(4), p. 72. Movik, S., 2
- Naidoo, V. & Mutinta, G., 2019. *An investigation into service quality delivery at the University of KwaZulu-Natal*. Journal of Social Sciences, 38(3), pp. 219-229.
- Olorunniwo, F., Hsu, M. K. & Udo, G. J. (2016). *Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in the service factory*. Journal of Services Marketing, 20(1), 59-72.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L., 2018. *More on improving service quality measurement*. Journal of Retailing, 69(1), pp. 140-147.
- Rocca, L. (2016). *Satisfacción del usuario en el ámbito del Sector Público*. Un estudio sobre el Departamento de Obras Particulares de la Municipalidad de Berisso. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de La Plata, Argentina.
- Rodríguez, L. (2016). *Comunicación Asertiva*. Consultado el 11 de octubre de 2016, de <http://www.binasss.sa.cr/bibliotecas/bhp/cupula/v25n1-2/art11.pdf>.
- Rodríguez, P. (2017). *El merchandising visual como estrategia decisiva y su impacto económico en el comercio al detalle, [en línea]*. escuela politécnica superior del litoral. Recuperado el 15 de agosto del 2011, de www.dspace.espol.edu.ec.
- Robbins, S. y Coulter, M. (2019) *Administración*. (8a. ed.). México.: Pearson Educación.
- Rodríguez, P. G., Burguete, J. L. V., Vaughan, R. & Edwards, J. (2019). *Quality dimensions in the public sector: municipal services and citizen's perception*. Journal of International Review on Public and Nonprofit Marketing, 6(1), 75-90.
- Sachdev, S. B. & Verma, H. V. (2019). *Relative importance of service quality dimensions: a multisectoral study*. Journal of Services Research, 4(1), 93-116.

- Statement on auditing standards - *communicating internal control related matters identified in an audit (redrafted)*. (2020). *Journal of Accountancy*, 210(5), 105+. <https://link.gale.com/apps/doc/A240913553/PPBE?u=univcv&sid=PPBE&xid=4963c330>
- Steinberg, R. M. (2021, April). *The 'mundane' world of internal control*. *Compliance Week*, 8(87), 42+. <https://link.gale.com/apps/doc/A265205117/PPBE?u=univcv&sid=PPBE&xid=85967975>
- Steinberg, R. M. (2018, July). Insights into COSO's internal control framework. *Compliance Week*, 10(114), 52+. <https://link.gale.com/apps/doc/A342770652/PPBE?u=univcv&sid=PPBE&xid=38c71478>
- Summers, D. (2016). *Administración de la calidad*, México: Pearson educación.
- Tirado, K. (2019). *Gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente en el Colegio Químico Farmacéutico de la Libertad-Trujillo* (Tesis para optar el título de licenciado). Universidad Nacional de Trujillo, Huamachuco-Perú.
- Vargas, M. y Aldana, L. (2017). *Calidad y servicio*, Segunda edición, Colombia: Ecoe ediciones.
- Velasquez Villasante, D. D. (2016). *El Control Interno y su influencia en el proceso de ejecución presupuestal de la Municipalidad Provincial de Huancané – periodo 2016*”- Puno. Tesis, Universidad Privada San Carlos, Facultad de ciencias
Escuela Profesional de Contabilidad y Ffinanzas, Puno.
- Vera, W. (2007).” *Servicio y Atención al Cliente*”. (1. Edición). Peru: Galicia S.A.
- Whitehouse, T. (2018, February). Poor inspection results drive internal control focus. *Compliance Week*, 10(109), 24+.

[https://link.gale.com/apps/doc/A321465748/PPBE?u=univcv&sid=PPBE
&xid=69bc237c](https://link.gale.com/apps/doc/A321465748/PPBE?u=univcv&sid=PPBE&xid=69bc237c)

Wan Yusoff, W. Z., Ismail, M. & Newell, G. (2018). FM-SERVQUAL: a new approach of service quality measurement framework in local authorities. *Journal of Corporate Real Estate*, 10(2), 130-144.

Zago, M. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio de un operador de turismo en el Estado Nueva Esparta* (Tesis para optar el título de licenciado). Universidad de Oriente, Guatamare-Venezuela.

Anexos y apéndice

Anexo 01. Matriz de Consistencia.

Problema	Hipótesis	Objetivos	Variable
¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020?	La calidad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Santa, 2020.	<p>OBJETIVO GENERAL. Determinar la relación entre en la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS. Conocer el nivel de la calidad del servicio en la Municipalidad Distrital de Santa, 2020. Analizar el nivel de satisfacción del usuario de Municipalidad Distrital de Santa, 2020. Explicar cuáles son los factores predominantes de la calidad del servicio de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020. Explicar cuáles son los factores predominantes de la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020.</p>	<p>Calidad del servicio.</p> <p>Satisfacción del usuario</p>

Anexo N° 02:

Prueba de confiabilidad de la variable: **Calidad de servicio**

SUJETOS	PREGUNTAS																		TOT AL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
1	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	3	2	3	3	3	2	45
2	3	2	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	36
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	46
4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	46
5	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	44
6	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	45
7	2	3	2	2	1	2	3	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	33
8	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	1	2	3	1	1	2	30
9	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	29
10	2	2	2	3	2	3	2	3	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	33
11	3	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	32
12	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	26
13	1	2	1	2	2	3	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	29
14	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	28
15	2	1	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	28
Varianza	0,3	0,5	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5	0,5	0,4	33,5

Resultados:

<i>Resumen de procesamiento de casos</i>			
		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

<i>Estadísticas de elemento</i>			
	Media	Desv. Desviación	N
P1	2,07	,594	15
P2	2,13	,743	15
P3	2,00	,655	15
P4	2,20	,676	15
P5	1,93	,704	15
P6	2,13	,743	15
P7	2,07	,704	15
P8	2,00	,756	15
P9	1,73	,704	15
P10	1,87	,743	15
P11	1,80	,676	15
P12	2,00	,756	15
P13	2,07	,704	15
P14	2,00	,756	15
P15	1,73	,704	15
P16	1,87	,743	15
P17	1,80	,676	15
P18	2,00	,756	15

Alfa de Cronbach:

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,705	15

Análisis:

A partir de los resultados obtenidos se puede apreciar un valor de Alfa de Cronbach de 0,705 analizado como confiable y puede ser aplicado a la muestra de estudio.

Prueba de confiabilidad de la variable: Satisfacción de los usuarios

SUJETOS	PREGUNTAS												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	30
2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	30
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	30
4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	30
5	2	3	2	3	2	1	3	3	2	3	2	3	29
6	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	28
7	2	3	2	3	1	2	1	3	2	3	2	3	27
8	2	1	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	27
9	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	18
10	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	19
11	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	18
12	1	2	3	2	3	2	1	2	3	2	1	2	24
13	2	1	2	1	2	3	2	2	3	2	1	2	23
14	1	1	2	1	3	2	3	2	2	1	2	1	21
15	2	1	2	3	2	3	2	3	2	3	2	1	26
VARIANZA	0,3	0,7	0,3	0,6	0,5	0,4	0,5	0,4	0,4	0,5	0,4	0,5	25,4

Resultados:

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
P1	1,80	,561	15
P2	2,00	,845	15
P3	2,07	,594	15
P4	2,20	,775	15
P5	2,13	,743	15
P6	2,20	,676	15
P7	2,00	,756	15
P8	2,33	,617	15
P9	2,20	,676	15
P10	2,27	,704	15
P11	2,00	,655	15
P12	2,13	,743	15

Alfa de Cronbach:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
<u>,738</u>	<u>15</u>

Análisis de desempeño:

A partir de los resultados obtenidos se puede apreciar un valor de Alfa de Cronbach de 0.738, analizado como confiable y puede ser aplicado a la muestra de estudio.

Anexo N°03:



ENCUESTA

Tema: La Calidad de servicio y la satisfacción del Usuario de la
Municipalidad Distrital del Santa – 2020.

Estoy desarrollando una investigación, cuyo objetivo es conocer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la MPS. En tal sentido, le solicito su colaboración personal contestando a todas las preguntas del cuestionario que se adjunta. Gracias por su valioso aporte. El cuestionario es anónimo y toda la información recabada será absolutamente confidencial.

PARTE I

En esta primera sección del cuestionario le presentamos un conjunto de preguntas acerca de LA CALIDAD DE SERVICIO, por favor marque con una X en los recuadros de la alternativa que considere correcta y rellene en las líneas con su respuesta

1. Genero:

Masculino

Femenino

2. Tiempo de servicio _____ años

3. Situación laboral (Estable-Contrato)

PARTE II

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas referidas a LA CALIDAD.

Escala de Respuestas:

1	2	3	4	5
Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cree usted que las recaudaciones de ingresos a nivel entidad han alcanzado los niveles establecidos según lo programado y formulado?	1	2	3	4	5
2	Qué motivos considera usted que han con llevado para no alcanzar los nivel de recaudación programada?	1	2	3	4	5
3	El personal tiene la suficiente disponibilidad para una atención confiable en el servicio que te brinda	1	2	3	4	5
4	Percibes calidad en el servicio de atención a los usuarios	1	2	3	4	5

5	Tus compañeros muestran una actitud que percibes calidad en el servicio de atención	1	2	3	4	5
6	Hay criterios objetivos de una calidad en el servicio de atención	1	2	3	4	5
7	El tiempo de respuesta a sus dudas en la atención del servicio	1	2	3	4	5
8	El tiempo de resolución a las inquietudes que se presentan la atención esta de acorde al servicio	1	2	3	4	5
9	El número de quejas a la atención de las dudas está relacionada al servicio de atención al usuario	1	2	3	4	5
10	El cumplimiento de objetivos en el desempeño laboral contribuye al servicio de atención al usuario	1	2	3	4	5
11	En el servicio de atención se logran los procesos y actividades del desempeño	1	2	3	4	5
12	El servicio de atención tiene un valor percibido por el desempeño de los funcionarios	1	2	3	4	5
13	Los factores internos brindan una conformidad a los servicios de atención	1	2	3	4	5
14	Los factores externos brindan una conformidad a los servicios de atención	1	2	3	4	5
15	En el servicio de atención al usuario existe sinergia entre los procesos que brindan conformidad	1	2	3	4	5
16	Hay imparcialidad en las decisiones que brindan fiabilidad en el servicio de atención al usuario	1	2	3	4	5
17	Se percibe objetividad y fiabilidad en el servicio de atención al usuario	1	2	3	4	5
18	Los resultados del servicio de atención al usuario son verificables y brindan fiabilidad	1	2	3	4	5

Muchas gracias por su colaboración.

5	Existe influencia de los jefes para el servicio de atención al usuario	1	2	3	4	5
6	Determina la situación cuando la solución es aplicable para una resolución de problemas	1	2	3	4	5
7	Selecciona las palabras claves y enuncia formalmente el problema para su pronta solución	1	2	3	4	5
8	Identifica las secuencias, acota y precisa las condiciones del problema para darles solución	1	2	3	4	5
9	Interés de los funcionarios por las inquietudes planteadas por los usuarios	1	2	3	4	5
10	Atención y cortesía de los funcionarios para atender a los trabajadores	1	2	3	4	5
11	El ambiente laboral lo hace trabajar con entusiasmo	1	2	3	4	5
12	Los jefes tienen influencia para el servicio de atención con entusiasmo	1	2	3	4	5

Muchas gracias por su colaboración.



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: Cuestionario, que hace parte de la investigación titulada: "CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTA, 2020.". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente, aportando tanto a la elaboración del Informe Final (Tesis) como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ: PABLO ARNULFO SANTOS DIAZ.

FORMACIÓN ACADÉMICA: LICENCIADO EN ADMINISTRACION. MASTER MBA

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: MARKETING EMPRESARIAL, CULTURA ORGANIZACIONAL.

TIEMPO: 33 AÑOS.

CARGO ACTUAL: DOCENTE UNIVERSITARIO

INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD SAN PEDRO.

Objetivo de la investigación: Determinar la relación entre CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTA.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante. -El ítem es muy importante para la medición de la dimensión


MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: "Clima organizacional y desempeño laboral de la Municipalidad Provincial de Paita - 2019"

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Calidad de la interacción	Cree usted que las recaudaciones de ingresos a nivel entidad han alcanzado los niveles establecidos según lo programado y formulado?	4	4	4	4	NINGUNA
	Qué motivos considera usted que han con llevado para no alcanzar los nivel de recaudación programada?	4	4	4	4	NINGUNA
	El personal tiene la suficiente disponibilidad para una atención confiable en el servicio que te brinda	4	4	4	4	NINGUNA
	Percebes calidad en el servicio de atención a los usuarios	4	4	4	4	NINGUNA
Calidad del ambiente físico	Tus compañeros muestran una actitud que percibes calidad en el servicio de atención	4	4	4	4	NINGUNA
	Hay criterios objetivos de una calidad en el servicio de atención	4	4	4	4	NINGUNA
	El tiempo de respuesta a sus dudas en la atención del servicio	4	4	4	4	NINGUNA
	El tiempo de resolución a las inquietudes que se presentan la atención esta de acorde al servicio	4	4	4	4	NINGUNA
Ambiente físico	El número de quejas a la atención de las dudas está relacionada al servicio de atención al usuario	4	4	4	4	NINGUNA
	El cumplimiento de objetivos en el desempeño laboral contribuye al servicio de atención al usuario	4	4	4	4	NINGUNA
	En el servicio de atención se logran los procesos y actividades del desempeño	4	4	4	4	NINGUNA
	El servicio de atención tiene un valor percibido por el desempeño de los funcionarios	4	4	4	4	NINGUNA
Calidad del resultado	Los factores internos brindan una conformidad a los servicios de atención	4	4	4	4	NINGUNA
	Los factores externos brindan una conformidad a los servicios de atención	4	4	4	4	NINGUNA
	En el servicio de atención al usuario existe sinergia entre los procesos que brindan	4	4	4	4	NINGUNA

	conformidad	4	4	4	4	NINGUNA
	Hay imparcialidad en las decisiones que brindan fiabilidad en el servicio de atención al usuario	4	4	4	4	NINGUNA
Satisfacción del cliente	Se percibe objetividad y fiabilidad en el servicio de atención al usuario	4	4	4	4	NINGUNA
	Los resultados del servicio de atención al usuario son verificables y brindan fiabilidad	4	4	4	4	NINGUNA
	Los tramites concluyen en un tiempo razonable en el SAC	4	4	4	4	NINGUNA
	La atención es rápida y expedita como capacidad de respuesta del servicio de atención	4	4	4	4	NINGUNA
Calidad del resultado	Los funcionarios tienen disposición para resolver dudas e inquietudes y están capacitados para responder	4	4	4	4	NINGUNA
	Los funcionarios son visibles al momento de resolver problemas	4	4	4	4	NINGUNA
	Existe influencia de los jefes para el servicio de atención al usuario	4	4	4	4	NINGUNA
	Determina la situación cuando la solución es aplicable para una resolución de problemas	4	4	4	4	NINGUNA

Calificar de 1 a 4 puntos.
ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		ninguna
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X		ninguna
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X		ninguna
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		ninguna
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X	
VALIDEZ			
APLICABLE			SIX NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SIX NO
Validado por: MSC. LIC. ADM. PABLO ARNULFO SANTOS DIAZ.			Fecha: 15 / 11 / 21.
 FIRMA:	Teléfono: 943643426	Email: pablito_165333@hotmail.com	



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN

PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: CUESTIONARIO, que hace parte de la investigación titulada: "CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTA, 2020."

La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ: MANUEL ELIAS GUARNIZ VASQUEZ

FORMACIÓN ACADÉMICA: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: MARKETING EMPRESARIAL, CULTURA ORGANIZACIONAL.

TIEMPO: 33 AÑOS. CARGO ACTUAL: DOCENTE UNIVERSITARIO

INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD SAN PEDRO.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACION	INDICADOR
<p>SUFICIENCIA</p> <p>Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.</p>	<p>1. No cumple con el criterio</p> <p>2. Bajo nivel</p> <p>3. Moderado nivel</p> <p>4. Alto nivel.</p>	<p>-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.</p> <p>-Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total.</p> <p>-Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.</p> <p>-Los ítems son suficientes.</p>
<p>CLARIDAD</p> <p>El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.</p>	<p>1. No cumple con el criterio</p> <p>2. Bajo nivel</p> <p>3. Moderado nivel</p> <p>4. Alto nivel</p>	<p>-El ítem no es claro</p> <p>-El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.</p> <p>-Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.</p> <p>-El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.</p>
<p>COHERENCIA</p> <p>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	<p>1. No cumple con el criterio</p> <p>2. Bajo nivel</p> <p>3. Moderado nivel</p> <p>4. Alto nivel</p>	<p>-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.</p> <p>-El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.</p> <p>-El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.</p> <p>-El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.</p>
<p>RELEVANCIA</p> <p>El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.</p>	<p>1. No cumple con el criterio</p> <p>2. Bajo nivel</p> <p>3. Moderado nivel</p> <p>4. Alto nivel</p>	<p>-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.</p> <p>-El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.</p> <p>-El ítem es relativamente importante.</p>

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS


ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Cree usted que las recaudaciones de ingresos a nivel entidad han alcanzado los niveles establecidos según lo programado y formulado?	4	4	4	4	NINGUNA
Qué motivos considera usted que han con llevado para no alcanzar los nivel de recaudación programada?	4	4	4	4	NINGUNA
El personal tiene la suficiente disponibilidad para una atención confiable en el servicio que te brinda	4	4	4	4	NINGUNA
Percibes calidad en el servicio de atención a los usuarios	4	4	4	4	NINGUNA
Tus compañeros muestran una actitud que percibes calidad en el servicio de atención	4	4	4	4	NINGUNA
Hay criterios objetivos de una calidad en el servicio de atención	4	4	4	4	NINGUNA

El tiempo de respuesta a sus dudas en la atención del servicio	4	4	4	4	NINGUNA
El tiempo de resolución a las inquietudes que se presentan la atención esta de acorde al servicio	4	4	4	4	NINGUNA
El número de quejas a la atención de las dudas está relacionada al servicio de atención al usuario	4	4	4	4	NINGUNA
El cumplimiento de objetivos en el desempeño laboral contribuye al servicio de atención al usuario	4	4	4	4	NINGUNA
En el servicio de atención se logran los procesos y actividades del desempeño	4	4	4	4	NINGUNA
El servicio de atención tiene un valor percibido por el desempeño de los funcionarios	4	4	4	4	NINGUNA
Los factores internos brindan una conformidad a los servicios de atención	4	4	4	4	NINGUNA
Los factores externos brindan una conformidad a los servicios de atención	4	4	4	4	NINGUNA

En el servicio de atención al usuario existe sinergia entre los procesos que brindan conformidad	4	4	4	4	NINGUNA
Hay imparcialidad en las decisiones que brindan fiabilidad en el servicio de atención al usuario	4	4	4	4	NINGUNA
Se percibe objetividad y fiabilidad en el servicio de atención al usuario	4	4	4	4	NINGUNA
Los resultados del servicio de atención al usuario son verificables y brindan fiabilidad	4	4	4	4	NINGUNA

Calificar de 1 a 4 puntos.

ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		NINGUNA
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X		NINGUNA
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X		NINGUNA
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		NINGUNA
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X	
VALIDEZ			
APLICABLE			SI NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: DR MANUEL ELIAS GUARNIZ			Fecha: 15 / 11 / 21.
 Firma:	Teléfono: 917941947	Email: manueleliaguarni@hotmail.com	



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: Cuestionario, que hace parte de la investigación titulada: "CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTA, 2020.". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración del Informe Final (Tesis) como de sus aplicaciones.

Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ: CARLOS M. GONZALEZ CHAVEZ

FORMACIÓN ACADÉMICA: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: GERENCIA DE MARKETING Y RR.HH.

TIEMPO 30 CARGO ACTUAL _DOCENTE UNIVERSITARIO.

INSTITUCIÓN: USP

Objetivo de la investigación: Determinar la relación entre CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTA.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACION	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenezcan a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante. -El ítem es muy importante para la medición de la dimensión

MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS

TITULO DE LA TESIS: "Clima organizacional y desempeño laboral de la Municipalidad Provincial de Paiza - 2019"

DIMENSION	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un item por favor indique)
Calidad de la interacción	¿Cree usted que las recomendaciones de ingresos a nivel entidad han alcanzado los niveles establecidos según lo programado y formulado?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿Qué motivos considera usted que han conllevado para no alcanzar los niveles de recomendación programada?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿El personal tiene la suficiente disponibilidad para una atención confiable en el servicio que se brinda?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿Percebes calidad en el servicio de atención a los usuarios?	4	4	4	4	NINGUNA
Calidad del ambiente físico	¿Tus compañeros muestran una actitud que percibes calidad en el servicio de atención?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿Hay criterios objetivos de una calidad en el servicio de atención?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿El tiempo de respuesta a sus dudas en la atención del servicio?	4	4	4	4	NINGUNA
Ambiente físico	¿El tiempo de resolución a las inquietudes que se presentan la atención está de acuerdo al servicio?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿El número de quejas a la atención de las dudas está relacionada al servicio de atención al usuario?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿El cumplimiento de objetivos en el desempeño laboral contribuye al servicio de atención al usuario?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿En el servicio de atención se logran los procesos y actividades del desempeño?	4	4	4	4	NINGUNA
Calidad del resultado	¿El servicio de atención tiene un valor percibido por el desempeño de los funcionarios?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿Los factores internos brindan una conformidad a los servicios de atención?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿Los factores externos brindan una conformidad a los servicios de atención?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿En el servicio de atención al usuario existe sinergia entre los procesos que brindan	4	4	4	4	NINGUNA

	conformidad					
	¿Hay imparcialidad en las decisiones que brindan fiabilidad en el servicio de atención al usuario?	4	4	4	4	NINGUNA
Satisfacción del cliente	¿Se percibe objetividad y fiabilidad en el servicio de atención al usuario?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿Los resultados del servicio de atención al usuario son verificables y brindan fiabilidad?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿Los trámites concluyen en un tiempo razonable en el SAC?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿La atención es rápida y expedita como capacidad de respuesta del servicio de atención?	4	4	4	4	NINGUNA
Calidad del resultado	¿Los funcionarios tienen disposición para resolver dudas e inquietudes y están capacitados para responder?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿Los funcionarios son viables al momento de resolver problemas?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿Existe influencia de los jefes para el servicio de atención al usuario?	4	4	4	4	NINGUNA
	¿Determina la situación cuando la solución es aplicable para una resolución de problemas?	4	4	4	4	NINGUNA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Información del Autor			
ESQUIVEL BARBOZA, OSCAR ANTONIO		40002416	Libra_oe@hotmail.com
Apellidos y Nombres		DNI	Correo Electrónico
2. Tipo de Documento de Investigación			
<input checked="" type="checkbox"/> Tesis	<input type="checkbox"/> Trabajo de Suficiencia Profesional	<input type="checkbox"/> Trabajo Académico	<input type="checkbox"/> Trabajo de Investigación
3. Grado Académico o Título Profesional ¹			
<input type="checkbox"/> Bachiller	<input type="checkbox"/> Título Profesional	<input type="checkbox"/> Título Segunda Especialidad	<input checked="" type="checkbox"/> Maestría
<input type="checkbox"/> Doctorado			
4. Título del Documento de Investigación			
Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020.			
5. Programa Académico			
Maestría en Gestión Pública			
6. Tipo de Acceso al Documento			
<input checked="" type="checkbox"/> Abierto o Público ³ (info:eu-repo/semantics/openAccess)	<input type="checkbox"/> Acceso restringido ⁴ (info:eu-repo/semantics/restrictedAccess) (*)		
(*) En caso de restringido sustentar motivo			

A. Originalidad del Archivo Digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador y forma parte del proceso que conduce a obtener el grado académico o título profesional.

B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS ⁵

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional Digital, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento. ⁶

Huella Digital




Firma

Lugar	Día	Mes	Año
Chimbote	22	05	2025

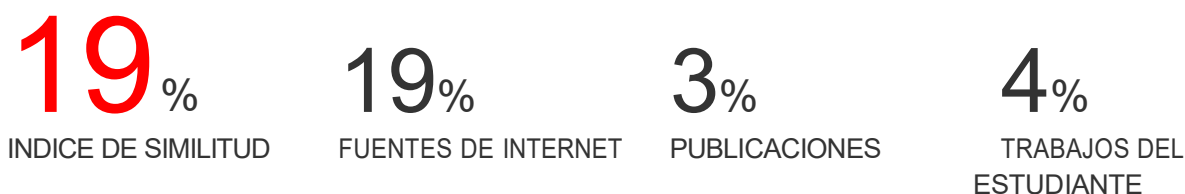
Importante

- Según Resolución de Consejo Directivo N° 033-2016-SUNEDU-CD, Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales, Art. 8, inciso 8.2.
- Ley N° 30035. Ley que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto y D.S. 006-2015-PCM.
- Si el autor eligió el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad San Pedro una licencia no exclusiva, para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundir en el Repositorio Institucional Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.
- En caso de que el autor elija la segunda opción, únicamente se publicará los datos del autor y resumen de la obra, de acuerdo a la directiva N° 004-2016-CONCYTEC-DEGC (Numerales 5.2 y 6.7) que norma el funcionamiento del Repositorio Nacional Digital
- Las licencias Creative Commons (CC) es una organización internacional sin fines de lucro que pone a disposición de los autores un conjunto de licencias flexibles y de herramientas tecnológicas que facilitan la difusión de información, recursos educativos, obras artísticas y científicas, entre otros. Estas licencias también garantizan que el autor obtenga el crédito por su obra.
- Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales-RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".

Nota. - En caso de falsedad en los datos, se procederá de acuerdo a ley (Ley 27444, art. 32, núm. 32.3).

CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTA, 2020.

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	4%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
4	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
7	issuu.com Fuente de Internet	<1%
8	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1%
9	informatica.upla.edu.pe Fuente de Internet	



		<1 %
10	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	www.movimiento1011.com Fuente de Internet	<1 %
12	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1 %
15	documents.mx Fuente de Internet	<1 %
16	porquenotecallas19.files.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.unamad.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to American Public University System Trabajo del estudiante	<1 %
19	www.dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
20	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



		<1 %
21	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
22	pesquisa.bvsalud.org Fuente de Internet	<1 %
23	repositorio.unac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	worldwidescience.org Fuente de Internet	<1 %
25	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
26	Fatima-M. Felisberti, Neil-R. Harrison. " Effects of the COVID-19 lockdowns on aesthetic and affective evaluations of natural and urban scenes () ", PsyEcology, 2022 Publicación	<1 %
27	kapitus.com Fuente de Internet	<1 %
28	repositorio.unicamp.br Fuente de Internet	<1 %
29	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	www.lacapital.com.ar Fuente de Internet	<1 %



31

www.scielo.unal.edu.co

Fuente de Internet

<1%

32

www.slideshare.net

Fuente de Internet

<1%



Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

< 10 words

Excluir bibliografía

Activo